

EL NEGOCIO DE LA COMIDA, LA COMIDA COMO NEGOCIO

Miro Popic

La comida es imprescindible. Nadie puede subsistir sin ella y su desarrollo está ligado a la historia de la humanidad. Desde que el hombre tuvo que alimentarse fuera del hogar se transformó en un negocio, que abarca múltiples espacios en toda sociedad. Un negocio para el cual no existen recetas.

PARA EFECTOS DE MERCADEO, las empresas de alimentos que operan en Venezuela calculan que el cuarenta por ciento de la población come fuera del hogar. Si Venezuela tiene, en números redondos, treinta millones de habitantes, unos doce millones de personas deben, por diversas razones y en distintos escenarios, alimentarse en lo que se denomina «cocina pública». Si cada persona gasta un promedio de 350 bolívares diarios, cifra conservadora, unos 4.200 millones de bolívares se mueven en torno a la comida cotidiana: una oportunidad para la que no existen recetas.

Las razones para alimentarse fuera de casa son, principalmente, necesidad (ochenta por ciento) y hedonismo (veinte por ciento). Esta categoría no es exclusiva de los restaurantes sino que abarca un universo de opciones donde se incluyen comedores industriales (que atienden a la fuerza laboral de las principales empresas), comedores escolares y estudiantiles (para jóvenes en tareas de instrucción), cuarteles que dan de comer a la tropa, alimentación a pacientes en clínicas y hospitales, venta de comida de elaboración artesanal destinada a grandes grupos ocupacionales (obreros de la construcción, campesinos en faenas de siembra o cosecha, eventos deportivos, etc.) y venta callejera de comida elaborada frente a portones o donde exista alguna concentración urbana.

El segmento de restauración gastronómica, dirigido a quienes por razones laborales están alejados del hogar y deben alimentarse regularmente, es minoritario en cuanto a comensales, pero importante en cuanto a costos; especialmente entre los que comen fuera no por necesidad sino por placer. Aquí se ubican tanto los restaurantes formales y negocios de venta de comida organizados y supervisados por la autoridad como los establecimientos que venden la llamada «comida rápida» (una cuarta parte del negocio de la comida).

Este no es solo el caso venezolano, sino un fenómeno mundial surgido de la modificación del modelo de sociedad, que pasó de urbano a rural en apenas una generación, la incorporación de la mujer en igualdad de condiciones, o casi, al mercado laboral y la limitación familiar para ocuparse de las cuestiones del hogar, lo cual deja la tarea de la alimentación en manos profesionales o aficionadas, y convierte una necesidad en una oportunidad de negocios de dimensiones infinitas. En Estados Unidos el número de personas que comen fuera se ubica en un cincuenta por ciento. Marion Nestle (2002: 19), de la Universidad de California, Berkeley, argumenta:

Miro Popic, periodista, editor y gastrónomo.

Ya no hay amas de casa que se queden cocinando en el hogar. Las mujeres que trabajan son incapaces o ya no quieren perder el tiempo haciendo compras, cocinando y fregando después de las comidas. Los cambios sociales explican fácilmente por qué la mitad de las comidas se hace fuera de casa —una cuarta parte de ellas en un establecimiento de comida rápida— así como la duplicación de la práctica del picoteo entre mediados de los años noventa.

En Francia, en el año 2000, el 45 por ciento de las mujeres formaba parte de la población activa, un crecimiento notable comparado con 1950 cuando solo el 21,6 por ciento de las mujeres tenía un trabajo asalariado (Boudan: 382). Estas cifras se traducen en más gente que come fuera de casa cada día y de las que no escapa Venezuela, aunque en proporciones menores.

Piense en cuántas horas hombres hay tras un simple asado negro con arroz y ensalada, a mediodía en el comedor cerca de la oficina, y encontrará miles de razones para ocuparse de algo tan elemental como comer tres veces al día: producción de materia prima para ser transformada en comida diariamente (vegetales, pesca, ganadería, insumos), importaciones millonarias de alimentos y sus correspondiente comisiones, equipamiento industrial para el procesamiento de materia prima (que implica nuevas tecnologías, transporte y muchas otras cosas), formación técnica profesional (manipuladores de alimentos, servicios, cocineros tres estrellas y simples peladores de papas, estacionadores de carros), comunicación, publicidad y entretenimiento ligado a la comida, e industria editorial en torno al hecho alimentario (los libros más vendidos mundialmente son libros de cocina y los segundos más vendidos son ¡libros de dietas!). Evidentemente, este es un hecho social y económico de mucho más de 4.200 millones de bolívares diarios. La comida, aun en tiempos de escasez, es un negocio.

Restaurante y cambio social

La gente siempre ha tenido que comer fuera del hogar y siempre ha encontrado a alguien que satisfaga sus deseos. Pero en los últimos años la actividad restauradora se ha transformado en una poderosa fuerza económica, con impulso propio y crecimiento sostenido, por razones totalmente ajenas a la comida. El cambio en los patrones de conducta alimentaria surge con la desvalorización de las tareas domésticas, en beneficio del aprovechamiento del tiempo: el ama de casa deja de ser el modelo social dominante y la cocina del hogar pierde protagonismo frente a la cocina pública que se transforma en imprescindible.

A partir del fin de la Segunda Guerra Mundial la mujer se incorpora en igualdad de condiciones al mercado laboral y por lo menos un cincuenta por ciento de las comidas diarias deja de hacerse en el hogar para buscar puesto en la comida pública, ejercida por profesionales del oficio. La restauración gastronómica se transforma en una industria en constante y rápido crecimiento. La mujer profesional desplaza a la mujer doméstica y los mercados de la moda, la belleza y la gastronomía se vuelven lucrativos. Como dice Christian Boudan (2008: 382): «El consumo se convierte en un medio de socialización y hace inimaginable una valorización de la cocina doméstica distinta de la realizada a partir del modelo recreativo».

El restaurante, nacido en tiempos de la Revolución Francesa cuando los cocineros que satisfacían a reyes y aristócratas se quedan sin trabajo porque sus amos pierden realmente la cabeza, se convierte en la vitrina del régimen

alimentario de los pueblos. Para decirlo en cinco palabras: ya nadie almuerza en casa. En Venezuela, la costumbre de comer fuera de casa era ya una constante entre las clases dominantes antes del advenimiento de la era industrial. Ya en 1884 el doctor Luis Razetti escribía: «En Europa se prefiere siempre, como más sana, la comida casera de familia a la que hacen en los mejores restaurantes; aquí sucede lo contrario, pues hay muchas personas, padres e hijos de familia, que para comer un poco mejor buscan cualquier pretexto para ir

La comida, aun en tiempos de escasez, es un negocio

a almorzar, o a comer, en un restaurante o posada» (Lovera, 1988: 249). Esto confirmaría la tesis de que los venezolanos, ya mucho antes de la explotación petrolera, eran seguidores de la cocina pública y que la rápida transformación del país ocurrida a mediados del siglo pasado no hizo sino incrementar esa tendencia.

El primer registro de un establecimiento con el nombre de restaurante es del 27 de febrero de 1847, cuando en el diario *El Liberal*, de Caracas, apareció un aviso en el que Pedro Nelson anunciaba a sus clientes que había mudado su restaurante al número 41 de la calle del Comercio, cerca de San Pablo, donde «desde el 15 de marzo tendrá mesa redonda a un peso diario y además almuerzo desde las nueve hasta las once de la mañana; comida desde las cuatro hasta las seis de la tarde; cena desde las siete hasta las nueve de la noche; café y chocolate a cualquier hora». Desgraciadamente, no menciona el nombre ni desde cuándo funcionaba en el anterior local. El primero plenamente identificado se llamó La Renaissance, ubicado en la esquina de San Francisco, en 1852, donde además de servir comida se realizaban conciertos. Desde entonces hasta los actuales días, el restaurante como institución ha resultado ser un negocio próspero y prestigioso, si se tiene éxito, obviamente.

Los inicios de la cocina pública venezolana —en particular, la caraqueña— fue obra de inmigrantes europeos, especialmente franceses, que incursionaron en los sabores que marcaban la pauta de la cocina internacional y pronto encontraron seguidores en las más altas posiciones de gobierno. Los restaurantes iniciales fueron complemento de hoteles y posadas que daban alojamiento y comida, donde apellidos como Severac, Guiraud, Armand, Basetti, Bellini, Serizier, Olive, Galbar, Hellmund, Lange, Champsaur, eran comunes, frente a negocios como Hotel de France, Hotel La Bordolesa, Hotel Ferdinand, Hotel Saint Germain, Hotel París. No podía ser de otra manera: eran los tiempos de Antonio Guzmán Blanco (1829-1899), autoproclamado Ilustre Americano, el más afrancesado de todos los gobernantes de Venezuela. Hasta los menús y los avisos se escribían en francés; se llegaba incluso a ofrecer «hallacas de *volaille*», para no decir que eran de gallina. Todos se preciaban de tener «un cocinero recién llegado de París» y anunciaban que a sus locales asistía «la *crème* caraqueña». No hay constancia de que esta cocina fuera buena ni bien ejecutada, pero presumía de ser la mejor; era lo que imperaba en esa época.

El siglo XX llegó a Venezuela con el inicio de la explotación petrolera y la muerte de Gómez, lo que, en asuntos de cocina, no hizo más que afianzar el imperialismo gastronómico francés que acrecentó su presencia en la mesa pública venezolana. Mientras Gómez gustaba de la sopa de cebollas, el pabellón, las caraotas, el hervido, la mazamorra y las arepas,



la sociedad caraqueña prefería *consommé à la royale, saucissons de Lyon, sardines à l'huile, radis e beurre, langoueste à la parisienne, asperges à la reine, faisan doré truffé en croustade...* Cuando en 1920 se le ofreció un banquete en la Casa Amarilla a Fernando de Baviera y Borbón, tío del rey de España, preparado por el restaurante El Louvre, una multitud se congregó a las puertas del Ministerio, no para aclamar al visitante, sino para recibir las sobras del festín, algo que indignó a intelectuales como Mariano Picón Salas, quien posteriormente escribió sobre «el dramático sentido feudal de la vida caraqueña de entonces... y la escasa conciencia social reinante en la Venezuela de aquellos días» (Picón Salas, 1949: 88).

Desde 1929 hasta 1984 la mayoría de los restaurantes de calidad que surgieron en Caracas fueron franceses. Uno de los principales restauradores fue Pierre René Deloffre quien, junto con otros paisanos suyos, cada cual por su lado, se atribuye el hecho de «haberle enseñado a comer a los venezolanos», cosa que, obviamente, luce y es exagerada. Creador de locales como El Calvario, La Suisse, Longchamps, Trocadero y Deloffre, introdujo la costumbre de reservar mesa, profesionalizó el servicio y alegró la sala con música en vivo, donde se podía bailar con dama propia o de compañía.

Luego de finalizada la Segunda Guerra Mundial comenzaron a llegar restauradores italianos que, curiosamente, crearon grandes restaurantes franceses. El más famoso de esa época fue sin duda Héctor Proserpi, quien compró en 1955 un viejo local de la avenida Casanova, llamado Cuasimodo, y lo transformó en Hector's, referencia obligada de buen servicio. En 1965 Dino Riocci, otro italiano, creó el aristocrático Aventino, donde se comía con cubiertos de plata y vajilla austriaca y se impuso como plato estrella el *canetton à la presse*. Siguiendo la moda de La Tour d'Argent de París, se entregaba a cada comensal un diploma numerado (el primero fue recibido por el presidente Raúl Leoni), costumbre que continuó hasta el 20 de julio de 2005, cuando Aventino cerró para siempre y enterró en sus apagados fogones una historia que difícilmente vuelva a repetirse en el país. En noviembre de 1971 Jimmy Riocci abrió Laserre en la misma dirección actual de Los Palos Grandes. Un mes después, en Las Mercedes, se inauguró el que sería luego el mejor restaurante francés de la ciudad, Gazebo, conducido por el chef Roberto Provost, donde un almuerzo costaba, en esa época, cien dólares por persona, mientras que en Le Cirque, en Nueva York, se podía comer lo mismo por cincuenta dólares,

pero sin Dom Perignon, que era la bebida habitual servida en cualquier mesa.

Eran los tiempos de la Gran Venezuela inaugurada por el presidente Carlos Andrés Pérez, cuando el petróleo pasó de uno a diez dólares por barril. Muchos más fueron los restaurantes que abrieron en esos años locos. El último de ellos se llamó Patrick, como su chef Patrick Dwyers, nacido en Kenia, quien llegó como cocinero del cantante inglés Elton John. Abrió el 13 de febrero de 1983 y cinco días después el país comenzó a cambiar para siempre en lo que se conoce como Viernes Negro, cuando desapareció el dólar a 4,30 que por décadas marcó la economía del país y su precio comenzó a subir hasta los niveles actuales y, seguramente, subirá aún más.

Tenemos que seguir comiendo

De todas las capitales de América Latina, Caracas tuvo los mejores y más variados restaurantes en el siglo XX. Aun cuenta con numerosos de ellos; pero, mientras las demás ciudades han avanzado, la cocina pública venezolana se ha estancado. Luego de haber sido por décadas vanguardia, hoy sobrevive estoicamente entre la subsistencia y la carencia de todo, menos de ideas, lo cual habla bien de ella. Vendrán tiempos mejores porque cualquiera sea la situación, debemos comer tres veces al día y siempre habrá un cocinero profesional que lo haga para nosotros.

¿Cuál es el secreto del éxito de un restaurante? Nadie tiene la respuesta a esta interrogante. Si pregunta en Nueva York, le dirán: «Ubicación, ubicación, ubicación, y buena comida». Obviamente, un restaurante debe servir buena comida; pero son muchos los casos en que la facturación es alta con una comida mediocre, mientras que otros de realizaciones exquisitas con propuestas de avanzada no logran siquiera el retorno del capital invertido. Hay misterios del gusto y de las motivaciones de los consumidores que los agentes de mercadeo no logran dilucidar. ■

REFERENCIAS

- Boudan, C. (2008): *Geopolítica del gusto: la guerra culinaria*. Gijón: Trea.
- Lovera, J. R. (1988): *Historia de la alimentación en Venezuela*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Nestle, M. (2002): *Food politics: how the food industry influences nutrition and health*. Berkeley: University of California Press.
- Popic, M. (2013): *Comer en Venezuela*. Caracas: Miro Popic Editor.
- Picón Salas, M. (1949): *Comprensión de Venezuela*. Caracas: Ministerio de Educación.